



**You have downloaded a document from
RE-BUS
repository of the University of Silesia in Katowice**

Title: Canis lupus w sidłach popkultury

Author: Emilia Wieczorkowska

Citation style: Wieczorkowska Emilia. (2014). Canis lupus w sidłach popkultury. W: D. Wężowicz-Ziółkowska, E. Wieczorkowska, K. Jaglarz (red.), "Wilki i ludzie : małe kompendium wilkologii" (S. 115-132). Katowice : Grupakulturalna.pl



Uznanie autorstwa - Użycie niekomercyjne - Bez utworów zależnych Polska - Licencja ta zezwala na rozpowszechnianie, przedstawianie i wykonywanie utworu jedynie w celach niekomercyjnych oraz pod warunkiem zachowania go w oryginalnej postaci (nie tworzenia utworów zależnych).



UNIwersytet ŚLĄSKI
W KATOWICACH



Biblioteka
Uniwersytetu Śląskiego



Ministerstwo Nauki
i Szkolnictwa Wyższego

***Canis lupus* w sidłach popkultury**

Wprowadzenie

„Kultura popularna [...] uległa [...] transformacji w rodzaj filtra, poprzez który rzeczywistość jest przez nas oglądana i doświadczana”¹ pisze Marek Krajewski i nie sposób się z badaczem nie zgodzić. Ten specyficzny aspekt szeroko rozumianej kultury jest (nie wdając się tu w szczegółowe próby jej definiowania²) według niego sferą najbliższą naszej codzienności. To na podstawie jej wytworów i poprzez codzienne z nimi obcowanie kreujemy obraz rzeczywistości – często także tych jej elementów, których nie dane nam było poznać inaczej niż w przekazie zapośredniczonym przez media. Bez wątplenia, tak właśnie jest w przypadku naszych relacji z tzw. dziką przyrodą, a zatem, między innymi gatunkami zwierzęcymi, w tym także wilkiem – zwierzęciem, które choć powszechnie „znane”, występuje w otoczeniu człowieka na tyle rzadko, że zaledwie garść osób może przyznać, że spotkała go w środowisku naturalnym. Większość z nas zadowolić się musi pobudzającymi wyobraźnię tropami na śniegu, które, jak chcą wierzyć miłośnicy dzikiej przyrody, właśnie wilk pozostawił. Nic więc dziwnego, że kulturowe wyobrażenie na temat tego gatunku jest oparte w znacznej mierze na niekoniecznie zgodnych z prawdą przekazach serwowanych przez media masowe.

¹ M. KRAJEWSKI: *Kultury kultury popularnej*. Poznań, Uniwersytet im. Adama Mickiewicza, 2003, s. 7.

² Krajewski podejmuje się zadania usystematyzowania różnorodnych ujęć kultury popularnej – uznaje przede wszystkim, że nie jest ona tożsama z kulturą masową, a takie założenie jest dość powszechne. M. KRAJEWSKI: *Kultury kultury popularnej...*, s. 7–34.

Prawda naukowa nie jest tym, co gwarantuje masową popularność. Co więcej, może być przeszkodą w jej osiągnięciu. Jeśli założymy, że zasadą naczelną utowarowionego produktu kultury popularnej jest jego sukces komercyjny, jasne będzie, że twórcy i dystrybutorzy nie zawahają się przed manipulacjami. Warto zatem przyjrzeć się temu, jakiego to wilka poznać możemy jako odbiorcy/uczestnicy³ kultury popularnej. Czy rzeczywiście (i czy zawsze) można zakwalifikować go do gatunku *Canis lupus*?

Co wspólnego ma wilk z Myszką Miki?

Stephen Jay Gould w eseju *Biolog w hołdzie Myszce Miki*⁴ przedstawia, jak na przestrzeni pięćdziesięciu lat⁵ rysownicy wytwórni Disneya dokonali swoistej (wizerunkowej) ewolucji postaci, która jest dziś bez wątpienia jedną z ikon popkultury – postaci Myszkę Miki. Ewolucji, jak przyznaje autor, prawdopodobnie nieświadomie mocno podbudowanej teoriami biologicznymi (a dokładniej: genetycznymi). Otóż z biegiem czasu, jak zauważa ten, skądinąd światowej sławy, paleontolog i twórca teorii punktualizmu, Myszka Miki, z męskiego bohatera o dość wrednym charakterze, stawała się postacią coraz łagodniejszą, „[Miki – przyp. EW] stał się niemal symbolem narodowym, toteż zawsze oczekiwano od niego odpowiedniego zachowania, [...] w końcu narzucono mu rolę dobrze wychowanego człowieka”⁶.

³ Poddając refleksji zjawisko kultury popularnej jako takiej, nie sposób pominąć teorii, wedle której to właśnie my, uczestnicy, współtworzymy ją, będąc stroną w układzie: dominujący (dosłowni wytwórcy dóbr kulturowych) – podporządkowani (odbiorcy). W przypadku jednak kultury popularnej, owi odbiorcy poprzez różnorakie interpretacje i upodobania, mają realny wpływ na to, jakie towary i w jakiej formie na rynku się utrzymają – „każdy akt konsumpcji [...] jest jednocześnie aktem produkcji”. Cyt. za: M. KRAJEWSKI, *Kultury kultury popularnej...*, s. 33; J. FISKE: *Zrozumieć kulturę popularną*. Przeł. K. SAWICKA. Kraków, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, 2010.

⁴ S.J. GOULD: *Biolog w hołdzie Myszce Miki*. W: IDEM: *Niewczesny pogrzeb Darwina*. Przeł. N. KANCEWICZ-HOFFMAN. Warszawa, Prószyński i S-ka, 1999, s. 255–267.

⁵ Należy mieć na uwadze, że Gould napisał swój esej z okazji 50-tych urodzin Myszkę Miki, a te przypadały w 1978 roku. Zapewne ciekawe byłoby prześledzenie dalszych zmian fizjonomii Disneyowskiego bohatera, ale nie jemu poświęcony jest niniejszy artykuł.

⁶ C. FINCH: *The Art Of Walt Disney*. Nowy Jork, N.H. Abrams, 1975. Za: S.J. GOULD: *Biolog w hołdzie...*, s. 254.

Za zmianami w zachowaniu szły istotne zmiany w wyglądzie postaci: „W miarę jak Miki stawał się coraz lepiej wychowany, jego wygląd był coraz bardziej dziecięcy”⁷ – zauważa Gould w *Niewczesnym pogrzebie Darwina*, zbiorze esejów, który bez wątpienia znacząco przyczynił się do popularyzacji teorii ewolucji i socjobiologii poza światem naukowym⁸. Powołując się na Konrada Lorenza, twórcę współczesnej etologii⁹, Gould wskazał trzy podstawowe oznaki utajonej dziecięcości, charakterystyczne dla młodych wszelkich prawie gatunków ssaków, które to cechy – wielkość oczu, długość głowy w stosunku do długości całego ciała, wypukłość czaszki (tzw. wysokie czoło)¹⁰ – zdaniem Lorenza, od zawsze wpływały i wpływają na stosunek dorosłych osobników do swego (ale także cudzego) potomstwa. Ujmując rzecz w skrócie, cechy te modyfikują zachowanie dojrzałych osobników, budząc emocje skłaniające ku zachowaniom opiekuńczym i serdecznym. Co ciekawe, szczególnie w kontekście interesującego nas tu najbardziej wilka, ale też Disneyowskiej myszy, mechanizm, dzięki któremu ewolucja zapewnić miała, że osobniki dorosłe będą opiekowały się swoimi potomkami, działa nawet w relacji między człowiekiem a młodymi osobnikami innych gatunków – opiekuńcze instynkty u ludzi budzą nie tylko dzieci, ale też inne „młodociane” zwierzęta¹¹. Nie dziwi wobec tego, by wrócić do kultury popularnej, niegasnąca słabość internautów wobec szczeniaków, kociaków, itd¹².

⁷ S.J. GOULD: *Biolog w holdzie...*, s. 256.

⁸ *Niewczesny pogrzeb Darwina* – zbiór esejów, które ukazywały się w latach 1973–1977 w miesięczniku „Natural History” okazał się best-sellerem i przyniósł autorowi sławę. Do dziś, Gould (1941–2002) uznawany jest za jednego z najbardziej poczytnych autorów popularnonaukowych swojego pokolenia. Dokonania popularyzatorskie nie umniejszają jednak bynajmniej jego pozycji w świecie nauki – zwłaszcza na polu ewolucyjnej biologii rozwoju, ale też socjobiologii i psychologii ewolucyjnej.

⁹ Etologia [z gr. *ethos* – obyczaj] – dziedzina zoologii, która – mówiąc pokrótce – zajmuje się badaniem zachowań zwierząt (także ludzi) oraz próbą ustalenia, które z nich są uwarunkowane genetycznie, a które nabyte kulturowo. Jednym z czołowych problemów, które w ramach tych studiów opisał Lorenz jest agresja wewnątrzgatunkowa. K. LORENZ: *Tak zwane zło*. Przeł. Z. STROMINGER. Warszawa, Państwowy Instytut Wydawniczy, 1996.

¹⁰ S.J. GOULD: *Biolog w holdzie...*, s. 256.

¹¹ Ibidem, s. 261–262.

¹² Za przykład niech posłuży witryna internetowa kotburger.pl, magazyn zdjęć przedstawiających koty. Podczas gdy młode kociaki zdają się budzić zachwyt i rozczulenie odbiorców ze względu na sam fakt bycia uroczym „młodocianym” osobnikiem, starsze zwierzęta często są poddawane na ilustracjach swoistej antropomorfizacji np. poprzez doprawianie komiksowych dymków z wypowiedziami. Te drugie bawią nas też szcze-

Rozważania Goulda można sprowadzić do wniosku: cel komercyjny, choć nie usprawiedliwia manipulowania faktami biologicznymi, najczęściej jednak to czyni (nie tylko zresztą z wizerunkami zwierząt, ale również obrazami skutków np. cudownych preparatów odchudzających itp.¹³). Jeśli intencją twórców jest wykreowanie bohatera sympatycznego, jego wygląd nie może budzić niepokoju, szczególnie, jeśli zakładanymi odbiorcami (docelową grupą konsumencką) będą dzieci. Choć dla niewprawnego oka szczenięta gatunku *Canis lupus* wyglądają zupełnie jak młode osobniki ich udomowionych braci – psów, co już, nawet bez zmian w wizerunku, mogłoby zapewnić im sympatię człowieka, graficy opracowujący postaci „wilczków do użytku kulturowego” dołożyli dodatkowych starań, by na pewno tak się stało. I tak na przykład, *Biały kiel* Jacka Londona – znana opowieść o przyjaźni między wilkiem a człowiekiem – doczekał się wielu opracowań i ekranizacji, także w wersjach animowanych. Przegląd graficznych wcieleń zwierzęcego bohatera Londona¹⁴ jednoznacznie wskazuje, że zadbano o to, by budził on jedynie pozytywne emocje: młody wilk został wyposażony w nienaturalnie duże oczy, całość pyska jest też zdecydowanie mniej spiczasta niż u naturalnego pierwowzoru. Podobne chwytły socjobiologiczne zastosowano także w prezentacjach dorosłych wilczych osobników, pozostawiając zwierzęcemu bohaterowi za dużą (w proporcji do reszty ciała) głowę, krótsze i masywniejsze niż być powinny łapy, a całość sylwetki znacznie bardziej krępą niż zdarza się to w naturze. W efekcie takich, niedostrzegalnych prawie zabiegów, w wersji popkulturowej, dorosły osobnik *Canis lupus* (przez zachowanie szczenięcych proporcji ciała), nadal przypomina powiększoną kopię szczenięcia, a nie dojrzałego wilka.

Kolejnym z bardziej znanych tekstów kultury popularnej, na podstawie którego dzieci mogą budować swoje wyobrażenie wilka, jest seria filmów animowanych *Zakochany wilczek*¹⁵. Jej fabuła opiera się na faktycznych

gólnie wtedy, gdy fotograf przyłapie je na quasi-ludzkim zachowaniu. <http://kotburger.pl/>. Dostęp z dnia 8.02.2014.

¹³ Wątek tego rodzaju manipulacji biologicznej i jej skutków niewątpliwie wart jest rozszerzenia (na przykład w reklamach telewizyjnych, które lansują zafalszowane prawdy na temat ludzkiego wyglądu).

¹⁴ Na potrzeby niniejszego tekstu dokonuję przeglądu dostępnych w sieci okładek książek, kadrów filmowych, plakatów. Nie jest to oczywiście pełny przegląd źródeł, wydaje się jednak wystarczający do sformułowania wniosków tu przedstawionych.

¹⁵ Tytuł oryginalny *Alpha and Omega*, reż. A. BELL, B. GLUCK, 2010. Na podstawie filmu powstały także gry komputerowe dla najmłodszych.



Il. 1: Poster filmu *Zakochany wilczek*. Źródło: <http://filmweb.pl>. Dostęp z dnia 10.02.2014.

zasadach funkcjonowania wilczych watah (dominacja osobników alfa, rywalizacja pomiędzy watahami, etc.). W tej serii jednak znowu dostrzec można

elementy „usympatycznienia” bohaterów – duże oczy, skrócony pysk. Co więcej, samice wyposażono w wizualne (stereotypowe) atrybuty ludzkiej kobiecości – mają inne niż samce fryzury (długie włosy, ozdoby), wyraźne rysy „twarzy”, a główna bohaterka serii – Kate – obrzuca swojego wilczego amanta – (*nomen omen*) Humphreya – spojrzeniami spod długich rzęs. Zresztą, fakt, że wilki posiadają imiona ludzkie także jest znamieny.

Nadawanie cech juvenilnych, zgodnie z rozpoznaniem Goulda (wspierającego się na Konradzie Lorenzu), sprzyja sympatyzowaniu z wilczymi bohaterami, próżno ich zatem szukać u tych popkulturowych *Caninae*, które – z założenia – mają potwierdzać powszechny, negatywny stereotyp wilka jako szkodliwego drapieżnika, zagrażającego człowiekowi.

Najbardziej rozpowszechnionym w kulturze wcieleniem takiego złoczyńcy jest z pewnością ten, którego ofiarą padł Czerwony Kapturek¹⁶. Abstrahując od fabuły baśni i jej licznych antropologicznych interpretacji¹⁷, trzeba zauważyć, że wyobrażenia tego wilka jednoznacznie podkreślają jego atrybuty drapieżnika: ma on budzące grozę kły, długie pazury. Jego pysk na tych przedstawieniach jest zawsze wydłużony, a on sam porusza się zwykle na dwóch pałakowatych łapach. Fabuła opowieści, w której wilk nie tylko prowadzi rozmowy z dziewczynką, ale w pewnym momencie udaje również jej babcię, wyraźnie antropomorfizuje tę postać, jednak to właśnie dostrzeżenie przez Czerwonego Kapturka zwierzęcych cech domniemanej babci, jest momentem kulminacyjnym:

- Ach, babciu, dlaczego masz takie wielkie uszy?
- Abym cię lepiej mogła słyszeć!
- A dlaczego masz takie wielkie oczy?
- Abym cię lepiej mogła widzieć!
- A dlaczego masz takie wielkie ręce?
- Abym cię lepiej mogła objąć!

¹⁶ Baśniowy motyw o dziewczynce pożartej przez wilka jest powszechny w folklorze wielu społeczności europejskich. Wersję Charlesa Perraulta z 1697 roku uznaje się za pierwszą drukowaną.

¹⁷ Powszechnie znana jest np. psychoanalityczna interpretacja Brunona Bettelheima, dla którego wilk jest jedną z figur reprezentujących popęd seksualny. B. BETTELHEIM: *Cudowne i pożyteczne: o znaczeniach i wartościach baśni*. Przeł. D. DANEK. Warszawa, Wydawnictwo W.A.B., 2010.



Il. 2: „Seksualnie napastliwy” drapieżnik. Fot.: S. NISSIM. Źródło: „Der Spiegel” 2012, nr 51/17.12.

- A dlaczego, babciu, masz taki brzydki wielki pysk?
- Aby cię łatwiej zjeść!¹⁸

Zważywszy na rzeczywisty wygląd wilka, a szczególnie mając w pamięci wcześniejsze ustalenia, w bajce Grimmów zaskakują nieco jego „wielkie oczy”. Oczywiście kreacja tej postaci jest dostosowana do funkcji fabularnej, niemniej jednak, ponieważ percepcja ludzka przypisuje małe oczy osobnikom złośliwym i złym, a duże – jak powiedziano – łagodnym i bezbronnym¹⁹, można tu dostrzec pewną ciekawą nieścisłość. Wydany po raz pierwszy w 1812 roku zbiór baśni braci Wilhelma i Jacoba Grimmów (bo to z ich wersji *Czerwonego Kapturka* pochodzi ten powszechnie znany opis wilczej fizjonomii w wersji „babcia”) stanowił opracowanie zebranych wcześniej podań ludowych²⁰. Można więc uznać, że wilk, jakiego opisują, jest tym,

¹⁸ J., W. GRIMM: *Czerwony kapturek*. W: IDEM: *Czerwony kapturek i inne bajki*. Przeł. F. MIRANDOLA. Lwów – Poznań, Wydawnictwo Polskie, 1924, s. 9–14. Dostęp online: http://www.pbi.edu.pl/book_reader.php?p=44187&s=1. Dostęp z dnia 13.02.2014.

¹⁹ S.J. GOULD: *Biolog w holdzie...*

²⁰ H. KAPEŁUŚ: *Bracia Grimm i romantyczne ludoznawstwo polskie*. W: *Bracia Grimm i folklor narodów słowiańskich*. Red. J. ŚLIZIŃSKI, M. CZURAK. Wrocław, Wydawnictwo PAN, 1989, s. 11–24.

który funkcjonuje w zbiorowej wyobraźni. Grimmowie, dzięki ogromnemu sukcesowi zbioru, wyprowadzają (właśnie takiego) wilka poza społeczności wiejskie. Skala rozpowszechnienia zbioru²¹ upoważnia natomiast do uznania baśni Grimmów za tekst kultury popularnej. Tak czy inaczej, okazuje się więc, że już na początku XIX wieku w folklorze dokonuje się to samo, co współcześnie dzieje się za sprawą filmów animowanych, takich jak wspomniane przeze mnie wcześniej. Możemy zatem wnioskować, iż zarówno folklor, jak kultura popularna daje odbiorcy swoisty, zmodyfikowany – przefiltrowany, jak pisze Krajewski – dostęp do świata (tu: świata przyrody) w rzeczywistości niedostępnego obiektywnemu poznaniu, co poniekąd potwierdzałoby słuszność uwag Krajewskiego (i Fiske), że jej treści są modyfikowane przez odbiorców zgodnie z ich możliwościami percepcyjnymi, przyzwyczajeniami, potrzebami.

Pomiędzy dwoma biegunami charakterologicznymi popkulturowego *Canis lupus*, jakie się tu zarysowują (bezbronny osesek – sprytny drapieżca), swoje miejsce ma bohater *Wilka i zająca*²² – radzieckiej kreskówki, której kolejne odcinki przedstawiają przygody wilka uganiającego się za zającem.

Pierwszy odcinek wyemitowano ponad czterdzieści lat temu, w 1969 roku, wydaje się jednak, że charakterystyczne postaci Volka i Zajca wciąż są obecne w popkulturowej świadomości. Być może, przyczyniło się do tego stworzenie na kanwie kreskówki gry komputerowej, a wcześniej, na przełomie lat osiemdziesiątych i dziewięćdziesiątych XX wieku, zręcznościowej mini-gry wideo, w której zadaniem gracza było sterowanie wilkiem tak, by łapał wypadające z koszyków jajka. Być może powody są jeszcze inne, bo trwałość pamięci o tych zmagających się bohaterach rejestrujemy również wśród osób, które nigdy z grami komputerowymi nie miały do czynienia (czego badanie wychodzi jednak poza ramy założonego tu artykułu). Wspomniana gra cieszyła się w Polsce ogromną popularnością, szczególnie ze względu na ograniczony dostęp do bardziej zaawansowanych technologicznie propozycji z Zachodu. Fabuła serii oparta jest na opozycji zły-dobry bohater,

²¹ Tzw. *Male wydanie*, wybór pięćdziesięciu najbardziej odpowiednich dla dzieci baśni, w latach 1825–1887 doczekało się aż 36 wydań. Za: D. SIMONIDES: *Jakub i Wilhelm Grimmowie a folklor polski*. W: *Bracia Grimm i folklor narodów...*, s. 47–48.

²² Seria powstawała w moskiewskiej wytwórni Sojuzfilm. Reżyserem, twórcą serii oraz postaci był WŁACZESŁAW KOTIONOCZKIN. Za: http://pl.wikipedia.org/wiki/Wilk_i_Zaj%C4%85c. Dostęp z dnia 13.02.2014.



Il. 3: Wilk i zając. Źródło: <http://www.1zoom.ru>. Dostęp z dnia 13.02.2014.

jednak wilka celniej niż „zły” określają przymiotniki takie, jak „gapowaty”, „lękliwy”, „głupawy”. O jego pozornym męstwie (ale, oczywiście, raczej męskim charakterze) świadczą zaś mają... papierosy, które pali w ogromnych ilościach. Bywa zresztą i tak, że wobec czyhającego niebezpieczeństwa, wilk i zając jednoczą siły – wówczas to mniejsze i łagodniejsze ze zwierząt okazuje się bohaterskim. Niewiele tu z behawioru i cech gatunkowych *Canis lupus*. Wygląd postaci tylko to potwierdza: dwunożna postawa ciała, wielkie oczy o dość nierozumnym spojrzeniu powodują, że odbiorca musiałby mocno wysilić swoją wyobraźnię, by dostrzec wilka w „wilku”. Natomiast sposób jego działania, papieros przyklejony do dolnej wargi, kępkowaty zarost na wysuniętej, dolnej szczęk, czasem kaszkiet, zawadiacko nasadzony na czubek głowy raczej sugerują, iż w radzieckiej wersji popkulturowej wilka dominują po prostu stereotypowe cechy „faceta”. Wiedzie nas to w rozważaniach do

innego, wcale nie juvenilnego obrazu wilka, któremu – niestety – przynajmniej chwilowo, nie możemy tu poświęcić więcej miejsca.

Wilk w sieci

W opracowaniach na temat kultury popularnej, które uznaje się dziś za klasyczne, analizy koncentrują się wokół mediów masowych – relacji pomiędzy dystrybuowanymi przez media tekstami kultury a ich odbiorcami²³. Nie wykracza się tu jednak poza tzw. media tradycyjne: telewizję, film, prasę, itd.²⁴ Tymczasem obecnie produkcyjno-dystrybucyjna działalność uczestników kultury najaktywniejsza jest w tzw. *CMC* (*computer mediated communication*)²⁵. Powszechnie już dziś mówi się o folklorze internetu, mając na myśli pewne trendy w dystrybuowaniu tekstów kultury, dla których sieć wydaje się być czymś więcej niż medium-pośrednikiem. Jest raczej środowiskiem stymulującym powstawanie tekstów swoistych wyłącznie dla siebie. Przykładową kategorię takich tekstów stanowią memy internetowe – żarty obrazkowe, które Magdalena Kamińska definiuje jako „popularne semiotyczne kompleksy transmitowane *via ICT* [*information and communication technologies* – przyp. EW]”²⁶. Tworzenie memów polega na coraz to nowym przetwarzaniu danego motywu graficznego. Można powiedzieć, że, biorąc pod uwagę współczesne możliwości cyfrowej obróbki graficznej, memy cechuje prostota, żeby nie rzec, prymitywność formy. Jednym z takich przewodnich motywów przetwarzanych przez internautów stał się wilk. Internetowe wilki zostały podzielone na dwie zasadnicze kategorie charakterologiczne – *Courage wolf* [odważny wilk] oraz *Insanity wolf* [szalony wilk]. Mniej popularny (czyt. mający mniej przetworzeń) jest *Scene wolf* [wilk-mem parodiujący popularną wśród nastolatków stylizację określaną jako *scene*]. Wilcze memy są mutacją memu *Advice dog* [pies-doradca] i razem z nim wpisują się

²³ Z zastrzeżeniem jednak, że „każde użycie jest jednocześnie produkcją”, odbiorcy są tu jednocześnie współtwórcami kultury popularnej jako ci, którzy regulują dystrybucję tekstów kultury.

²⁴ J. STOREY: *Studia kulturowe i badania kultury popularnej. Teorie i metody*. Przeł. J. BARAŃSKI. Kraków, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, 2003.

²⁵ M. KAMIŃSKA: *Nieczne memy. Dwanaście wykładów o kulturze internetu*. Poznań, Galeria Miejska „Arsenał”, 2011, s. 15.

²⁶ Ibidem, s. 61.



Il. 4: Odważny wilk. Źródło: www.memgenerator.pl. Dostęp z dnia 15.02.2014.

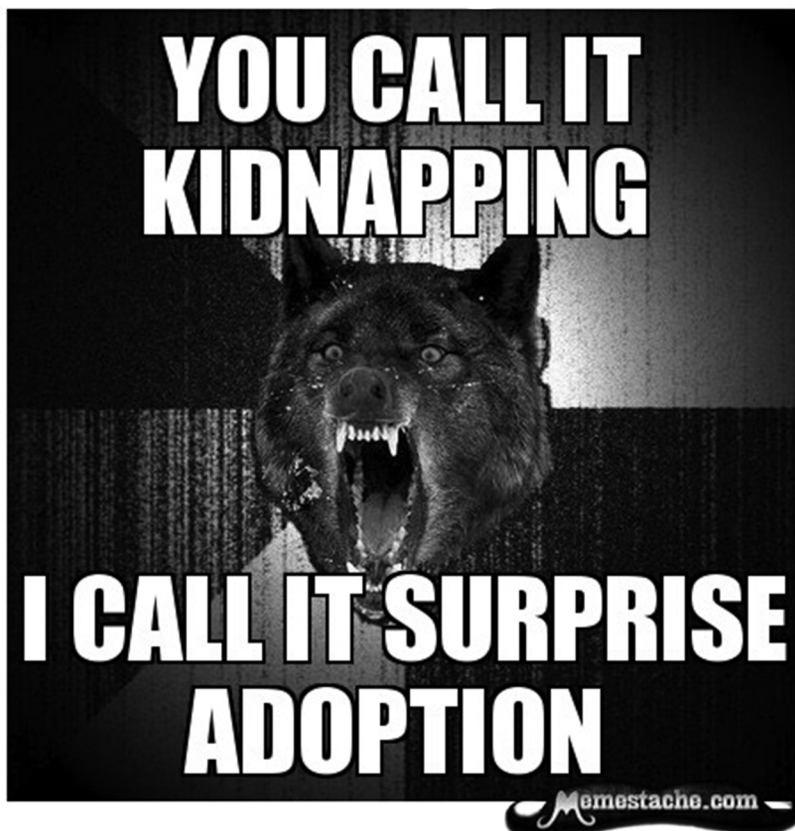
w kategorię²⁷ tzw. *Advice animals*²⁸. Wszystkie wymienione typy mają taką samą formę graficzną: na środku prostokąta znajduje się głowa zwierzęcia (wycięta ze zdjęcia), jej tło stanowi tzw. koło barw. Wizerunkowi zwierzęcia towarzyszy oddające jego charakter hasło – porada (każdy użytkownik Sieci może wygenerować mem z wymyślonym przez siebie hasłem, ważne, by było spójne z powszechną recepcją danego obrazka). Wilkowi motywującemu/odważnemu towarzyszą hasła takie jak „Twoi wrogowie to tylko efekt uboczny Twojego sukcesu” czy „Nie mówiłem, że będzie łatwo – mówiłem, że będzie warto”.

²⁷ Pierwszym z kategorii był *Advice dog*, inne *Advice animals* (w tym wilki) są jego mutacjami.

²⁸ A. WALKIEWICZ: *Czym są memy internetowe? Rozważania z perspektywy memetycznej*. „Teksty z Ulicy. Zeszyt memetyczny” 2012, nr 14, s. 54.

Szalony wilk przekazuje stwierdzenia takie, jak „Najszybsza droga do kobiecego serca prowadzi przez jej klatkę piersiową”.

Z jakiego powodu wilk okazał się motywem chwytliwym i chętnie rozpowszechnianym przez internautów? Trudno stwierdzić jednoznacznie. Najciekawsze jednak, w kontekście innych memów internetowych, wydaje się to, że prawdy głoszone przez odważnego wilka brzmią zaskakująco poważnie i mało prześmiewczo (jest to swego rodzaju memowa aberracja). To, że takiego typu hasła zostały sprzężone z postacią wilka może wynikać ze sposobu, w jaki postrzegane jest zwierzę – w zbiorowej wyobraźni internautów byłby zatem wilk uosobieniem odwagi, niezłomności w osiągnięciu ważnych, życiowych celów. Przeczy temu jednak Szalony wilk, którego



Il. 5: Oblędny wilk [„nazywasz to porwaniem – ja adopcją z zaskoczenia”]. Źródło: <http://www.memestache.com/Insanity+Wolf/you-call-it-kidnapping/218205>. Dostęp z dnia 16.02.2014.

w takim razie należałoby uznać za swoisty „powrót do memowej normy”. Ten wilk jest brutalny, nie waha się przed aktami okrucieństwa i się nimi chlępi. Należy pamiętać, że i w jednym, i w drugim przypadku, mamy do czynienia z przejawami folkloru internetowego, przez który rozumiem przyjmującą cechy trendu aktywność użytkowników sieci polegającą na upublicznianiu, rozpowszechnianiu często zmodyfikowanych przez siebie treści (tu: obrazków, które z takich, nie innych powodów funkcjonują pod nazwą „memu internetowego”²⁹). Jedynym rodzajem „filtra” dla tych treści będzie społeczna (społecznościowa) „cenzura prewencyjna”³⁰: Pewne treści zostaną zaakceptowane (a zatem powielone, poddane dalszym modyfikacjom), inne natomiast nie. Mamy więc do czynienia z nieco innym typem „filtrowania” niż w przypadku tekstów kultury, dystrybuowanych przez media profesjonalne, gdzie zasadniczą „cenzurę” przeprowadza zespół twórców, głównie w oparciu o projektowany sukces komercyjny (zatem, jak zostało powiedziane wcześniej, nawet dopuszczając się manipulacji w tym celu).

Innym ciekawym zjawiskiem, które łączy *Canis lupus* i Web 2.0³¹ jest *Magic wolf*. Warto przyjrzeć się temu przykładowi z gruntu folkloru internetowego, który można przyporządkować do odrębnej kategorii – dziecięcego folkloru internetowego. Trudno znaleźć spójny opis fenomenu, jedna z młodych internautek, na pytanie czym są Magiczne wilki odpowiada:

Magiczne wilki to takie mityczne stworzenia. Czasami mają włosy a czasami skrzydła, czasami zdarzają się także trzy ogony. Są różne watahy wilków np. wilki cienia, wilki natury, wilki ognia lub mroku są jeszcze inne ale ja wymieniałam te które pamiętam. Magiczne wilki mają też magiczne zdolności i moce. Wilków jest nieskończenie wiele [...] ³².

²⁹ Szerzej na temat terminu „mem internetowy” w kontekście memetyki i memu Dawkinsowskiego w mojej recenzji przywoływanej tu książki Magdaleny Kamińskiej. E. WIECZORKOWSKA: *Zwodniczy mem*. „Teksty z Ulicy. Zeszyt memetyczny” 2012, nr 14, s. 125–128.

³⁰ P. BOGATYRIEW, R. JAKOBSON: *Folklor jako swoista forma twórczości*. W: P. BOGATYRIEW: *Semiotyka kultury ludowej*. Przeł. R. MAYENOWA. Warszawa, Państwowy Instytut Wydawniczy, 1979.

³¹ Określa się tak typ serwisów internetowych, których treść jest generowana przez użytkowników. Jak najlepiej wpisuje się zatem w pop-kulturowy typ uczestnictwa i dystrybucji tekstów kultury.

³² Źródło: http://zapytaj.onet.pl/Category/010,017/2,3239983,Co_to_sa_quotmagiczne_wilkiquot.html. Zapis oryginalny. Dostęp z dnia 15.02.2014.

Młodzi użytkownicy Sieci tworzą, gromadzą i publikują grafiki przedstawiające „magiczne wilki” – słuszność ma zacytowana internautka pisząc, że wilków jest nieskończenie wiele, bowiem jedynym ograniczeniem w ich powstawaniu jest wyobraźnia.



Il. 6: Magiczny wilk

Wilki, kreowane w specjalnie stworzonych do tego aplikacjach komputerowych, utrzymane są w stylistyce „onirycznego anime”, a ozdoby (biżuteria, fryzury, gadżety), którymi są obdarzone, zdają się zdradzać upodobania młodych twórców (twórczyń?). Choć zachowany został zasadniczy kształt sylwetki *Canis lupus*, wizerunki są odrealnione za sprawą kolorów, dodanych skrzydeł, „stylizacji” fryzur, makijaży...). Należałoby przypomnieć w tym miejscu Lorenzowskie cechy juvenilizacji, o których była mowa wcześniej – wizerunki tych magicznych zwierząt obfitują w elementy, przez które wydają się urocze, budzą sympatię 12, 13-latek. Jednak obrazy wilków to jedynie materiał służący tworzeniu blogów – watah³³:

Sama wyobrażam sobie że jestem takim wilkiem, wilczka-China i wtedy piszę o sobie i o przyjaciółkach na blogu³⁴.

³³ Zob. np.: <http://magicznywilk.blogg.pl/>. Dostęp z dnia 16.02.2014; <http://www.swiat-wilkow.blogg.pl/>. Dostęp z dnia 16.02.2014.

³⁴ Źródło: http://zapytaj.onet.pl/CATEGORY/010,017/2,3239983,Co_to_sa_quotma-

Każdy sportretowany na blogu wilk jest opatrzony metryczką zawierającą jego magiczne imię, wiek, płeć, specjalne moce, opis rodziny (na wzór rodziny ludzkiej), ale też przynależność do watahy i zajmowaną w stadzie pozycję – relację między danym osobnikiem a osobnikami alfa. Widać zatem namiastkę próby odwzorowania biologicznej rzeczywistości. Nawet jeśli dochodzi do mechanicznego kopiowania formy bloga osoby chcącej wpisać się w ów trend własną aktywnością, operuje ona terminami takimi, jak „wataha”, „wadera”, „samiec alfa”. Jest to zatem pewien krok ku świadomości ekologicznej dotyczącej *Canis lupus*, jednak wyobrażenia na temat gatunku wynikające wyłącznie z *Magic wolves* są mocno karykaturalne. Czy z punktu widzenia ochrony gatunku taka świadomość wśród nastolatków jest korzystna? Można powiedzieć o swego rodzaju oswojeniu wilka – przecież dotychczas, z pewnymi wyjątkami, był on w tekstach kultury figurą nacechowaną negatywnie. Nagle nastoletnie dziewczęta utożsamiają się z wilkami, tworzą między sobą wirtualne, między- i wewnątrzstadne więzi:

Jestem Inés, wilcza nastolatka. Pochodzę z Doliny Marzeń, a mój talizman to Błękitna Gwiazda. Oto mój jakby pamiętnik, w którym znajdziecie wielki spis mieszkańców Wilczej Krainy, podzielonej na bardzo, bardzo dużo różnych małych krain i dolin³⁵.

– pisze właścicielka jednego z blogów, zachęca też, by dołączać do jej blogowej społeczności. Wśród magicznych wilków nie ma jednak, jak się zdaje, miejsca dla wilczej dzikości, niedostępności, drapieżności.

Folklor internetowy ma to do siebie, że trwanie zjawisk, które dla badacza są interesujące, bywa krótkie. Szczyt popularności *Magic Wolves* przypada na 2010 rok, dziś aktywność wilczych blogerek jest mniejsza. Czy świadczy to o utracie zainteresowania wilkiem jako takim? Należałoby chyba wcześniej postawić pytanie, czy wcześniejsza popularność świadczyła o tym zainteresowaniu, czy była jedynie kolejną z dziecięcych mód? Na temat pierwotnego źródła fascynacji wilkiem można jedynie domniemywać (lub założyć), że przyczyny nie są inne, niż te, dla których wilk fascynuje od wieków przedstawicieli kultur całego świata. Ważniejsze wydaje się w tym momencie

giczne_wilki.html. Zapis oryginalny. Dostęp z dnia 16.02.2014.

³⁵ Źródło: <http://www.swiat-wilkow.blogg.pl/>. Zapis oryginalny. Dostęp z dnia 16.02.2014.

postawienie pytania o to, na ile taki (pop)kulturowo wypaczony obraz wilka może mieć wpływ na faktyczny do niego stosunek i czy w skali globalnej może mieć realny wpływ na populację gatunku.

Podsumowanie

Podania ludowe, mity, przysłowia – wiele jest dowodów w kulturze symbolicznej na odwieczny, ścisły związek człowieka z wilkiem. Współcześnie produkowane teksty kultury również z symbolu wilka jako nośnika pewnego zbioru cech korzystają chętnie, choć, trzeba pamiętać, populacja tego gatunku jest dużo mniej liczna niż wówczas, gdy Charles Perrault zapisywał podania o Czerwonym Kapturku. Pomijając przykłady opisane wcześniej, warto choć wypunktować obecność wilka w reklamach telewizyjnych (choć grywany przez „psiego dublera”³⁶), na t-shirtach dystrybuowanych przez odzieżowe „sieciówki”, itd. Jest wilk też bardzo lubianym motywem subkultury harleyowców – pojawia się w herbach klubów motocyklowych czy na tatuażach, wilcze emblematy umieszczane są też na samych pojazdach. Zwierzę doskonale wpisuje się bowiem w deklarowane przez motocyklistów idee wolności, niezależności, umiławiania dzięki przyrody i pustkowia.

Pora wrócić do pytania postawionego z początku: ile jest z *Canis lupus* w popkulturowym wilku? Zgromadzone teksty kultury popularnej każą widzieć go dwojako: z jednej strony jako symbol faktycznego wilczego behawioru, zwierzęcia przemierzającego leśne ostępy, ale też żyjącego w stadzie z silnie zaznaczonymi relacjami międzysobniczymi. W tym wcieleniu podkreśla się faktyczne cechy *Canis lupus*. Jest jednak także druga strona: wilk ulega mechanizmom, które można chyba uznać za symboliczną domestykację – popkulturowe udomowienie polegające na odebraniu atrybutów groźnego drapieżnika, a nawet na częściowej antropomorfizacji (choćby

³⁶ Np. w reklamie wypożyczalni samochodów cars.com: by dodać nieco dramatyzmu zbyt prostej procedurze wypożyczenia samochodu, klienta dostaje do rąk „słodkie” wilcze szczenię (zgodnie z przypuszczeniami dr. Sabiny Nowak, faktycznie z gatunku *Canis lupus*). By dostarczyć ów element dramatyczny, pojawia jednak także „nadopiekuńcza” wilcza mama („grana” przez wilczurą). Źródło: http://www.youtube.com/watch?v=vtQA-_AC7I8. Dostęp z dnia 16.02.2014.

w celu złożenia na karb wilka winy za ludzkie przywary). Przykład wilka i jego silnej obecności w kulturze zdaje się potwierdzać niegasnącą potrzebę człowieka określania charakteru swojej relacji z naturą.

Zastanawiające, że mimo postępującej urbanizacji i w dobie tak zaawansowanych technologii, wciąż pewne aspekty naszego człowieczeństwa łatwiej jest nam opisywać językiem przyrody...

Bibliografia

- BETTELHEIM B.: *Cudowne i pożyteczne: o znaczeniach i wartościach baśni*. Przeł. D. DANIEK. Warszawa, Wydawnictwo W.A.B., 2010.
- BOGATYRIEW P., JAKOBSON R.: *Folklor jako swoista forma twórczości*. W: P. BOGATYRIEW: *Semiotyka kultury ludowej*. Przeł. R. MAYENOWA. Warszawa, Państwowy Instytut Wydawniczy, 1979.
- FISKE J.: *Zrozumieć kulturę popularną*. Przeł. K. SAWICKA. Kraków, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, 2010.
- GOULD S.J.: *Biolog w hołdzie Mysze Miki*. W: IDEM: *Niewczesny pogrzeb Darwina*. Przeł. N. KANCEWICZ-HOFFMAN. Warszawa, Prószyński i S-ka, 1999.
- GRIMM J., W.: *Czerwony kapturek*. W: IDEM: *Czerwony kapturek i inne bajki*. Przeł. F. MIRANDOLA. Lwów – Poznań, Wydawnictwo Polskie, 1924.
- KAMIŃSKA M.: *Niechne memy. Dwanaście wykładów o kulturze internetu*. Poznań, Galeria Miejska „Arsenał”, 2011.
- KAPEŁUŚ H.: *Bracia Grimm i romantyczne ludoznawstwo polskie*. W: *Bracia Grimm i folklor narodów słowiańskich*. Red. J. ŚLIZIŃSKI, M. CZURAK. Wrocław, Wydawnictwo PAN, 1989.
- KRAJEWSKI M.: *Kultury kultury popularnej*. Poznań, Uniwersytet im. Adama Mickiewicza, 2003.
- LORENZ K.: *Tak zwane zło*. Przeł. Z. STROMENGER. Warszawa, Państwowy Instytut Wydawniczy, 1996.
- SIMONIDES D.: *Jakub i Wilhelm Grimmowie a folklor polski*. W: *Bracia Grimm i folklor narodów słowiańskich*. Red. J. ŚLIZIŃSKI, M. CZURAK. Wrocław, Wydawnictwo PAN, 1989.

- STOREY J.: *Studia kulturowe i badania kultury popularnej. Teorie i metody*. Przeł. J. BARAŃSKI. Kraków, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, 2003.
- WALKIEWICZ A.: *Czym są memy internetowe? Rozważania z perspektywy memetycznej*. „Teksty z Ulicy. Zeszyt memetyczny” 2012, nr 14.
- WIECZORKOWSKA E.: *Zwodniczy mem*. „Teksty z Ulicy. Zeszyt memetyczny” 2012, nr 14.

Źródła internetowe:

<http://kotburger.pl/>
<http://magicznywilk.bloog.pl/>
<http://memgenerator.pl/>
http://pl.wikipedia.org/wiki/Wilk_i_Zaj%C4%85c/
<http://www.memestache.com/Insanity+Wolf/you-call-it-kidnapping/218205>
<http://www.swiat-wilkow.bloog.pl/>
http://www.youtube.com/watch?v=vtQA-_AC7I8/
http://zapytaj.onet.pl/Category/010,017/2,3239983,Co_to_sa_quotmagiczne_wilkiquot.html/
<http://www.1zoom.ru/>